

**ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
BERKUNJUNG WISATAWAN KE KAWASAN WISATA AIR PANAS
CIBOLANG KABUPATEN BANDUNG**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana
Pariwisata Program Studi Manajemen Resort dan Leisure



Oleh:

Sindy Amalia

1202542

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN RESORT & LEISURE
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2017

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
BERKUNJUNG WISATAWAN KE KAWASAN WISATA AIR PANAS
CIBOLANG KABUPATEN BANDUNG**

Oleh
Sindy Amalia

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh
gelar Sarjana Pariwisata pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Sindy Amalia 2017
Universitas Pendidikan Indonesia
Januari 2017

Hak Cipta dilindungi undang-undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

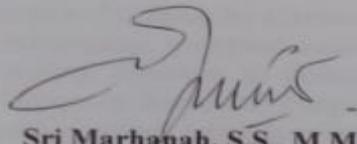
Sindy Amalia

1202542

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
BEKUNJUNG WISATAWAN KE KAWASAN WISATA AIR PANAS
CIBOLANG**

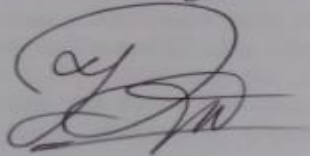
Disetujui dan disahkan oleh pembimbing :

Pembimbing I



Sri Marhanah, S.S., M.M
NIP. 19811014200601 2 001

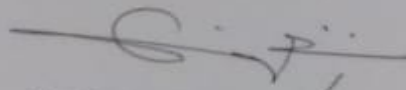
Pembimbing II



Reiza Miftah W., ST.Par., M.Sc
NIP. 198712242014041001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Resort & Leisure



Fitri Rahmafitria, SP., M.Si.
NIP. 197410182008122001

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN KE KAWASAN WISATA AIR PANAS CIBOLANG KABUPATEN BANDUNG

**Sindy Amalia
1202542**

ABSTRAK

Kawasan Wisata Air Panas Cibolang memiliki tingkat kunjungan wisatawan yang fluktuatif serta dapat mempengaruhi tingkat keputusan berkunjung. Keputusan berkunjung wisatawan ke sebuah kawasan wisata dapat dipengaruhi oleh faktor pendorong dan faktor penarik. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi wisatawan untuk memutuskan untuk berkunjung ke Kawasan Air Panas Cibolang. Penelitian ini dilakukan di Kawasan Wisata Air Panas Cibolang yang terdapat di Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung Selatan dengan mengambil sampel sebagian wisatawan yang berkunjung ke kawasan tersebut sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan teknik analisis faktor. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, terdapat faktor dominan yang muncul dari hasil analisis yaitu faktor 2K (Keunggulan Destinasi dan Kesadaran akan Manfaat Perjalanan). Faktor tersebut dikatakan dominan karena memiliki nilai *eigen value* yang paling besar dalam tabel *Total Variance Explained* yaitu 1,983 serta faktor lain yaitu faktor 1G (Gambaran Perjalanan) memiliki nilai *eigen value* dalam tabel *Total Variance Explained* sebesar 1,339. Maka dari itu, untuk meningkatkan jumlah kunjungan di Kawasan Wisata Air Panas Cibolang, Perhutani KPH Bandung Selatan selaku pengelola perlu diupayakan peningkatan faktor 1G (Gambaran Perjalanan) untuk mendukung faktor 2K.

Kata Kunci : Kawasan Wisata Air Panas Cibolang, Analisis Faktor, Keputusan Berkunjung

ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING THE TOURIST DECISION TO VISIT CIBOLANG HOT SPRING TOURISM AREA IN BANDUNG DISTRICT

Sindy Amalia
1202542

ABSTRACT

Cibolang Hot Spring have fluctuating levels of tourist arrivals and may influence the decision level visits. Decision of tourist visits to tourist areas can be affected by pushing factors and pulling factors. This study was conducted to analyze the factors that affect the tourist decisions to visit the Area Tourism Hot Springs Cibolang. This research was conducted in the Area Tourism Hot Springs Cibolang located in Pangalengan, South Bandung Regency by taking samples from the few tourists who visit the region of 100 respondents. This research using quantitative descriptive method with factor analysis techniques. Based on the results of the research, there is a dominant factor that emerged from the analysis: The 2K factor (Destination Excellence and Travel Awareness Benefit). These factors are said to be dominant because it has the largest eigen value in the table, namely 1,983 Total Variance Explained as well as other factors, the 1G factor (Travel Preview) which has eigen values in the table Total Variance Explained by 1339. Therefore, to increase the number of visits in the Area Tourism Hot Cibolang, Perhutani KPH South Bandung as a manager is required to increase the factor 1G (Travel Preview) to support 2K factors.

Keywords : Cibolang Hot Spring Tourism Area, Analysis of Factors, Decision to visit

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
1. Manfaat Teoritis.....	6
2. Manfaat Praktis	7
E. Sistematika Penulisan Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Objek Wisata dan Atraksi Wisata.....	8
B. Faktor Pendorong dan Faktor Penarik Motivasi Wisatawan.....	9
C. Konsep Keputusan Berkunjung	12
1. Perilaku Konsumen	12
2. Definisi Keputusan Berkunjung.....	13
3. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung	14
D. Kawasan Wisata.....	16
1. Pengertian Kawasan Wisata.....	16
2. Wisata Alam.....	17
3. Sumber Mata Air Panas.....	17
4. Standar Usaha Wisata Air Panas Alami	20

E. Kerangka Pemikiran	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Lokasi Penelitian.....	26
B. Populasi dan Sampel	26
1. Populasi	26
2. Sampel	27
C. Definisi Operasional.....	28
D. Operasional Variabel.....	28
E. Uji Instrumen.....	31
1. Uji Validitas.....	31
1. Uji Validitas Faktor Kesadaran dan Manfaat Perjalanan	32
2. Uji Validitas Faktor Gambaran Perjalanan	33
3. Uji Validitas Faktor Keunggulan Destinasi.....	34
2. Uji Reliabilitas	35
3. Metode <i>Method Success Interval</i> (MSI).....	37
4. <i>Software</i> SPSS 20.0.....	38
F. Teknik Pengumpulan Data.....	38
1. Observasi	38
2. Studi Literatur	38
3. Kuesioner / Instrumen	39
G. Teknik Analisis Data.....	39
1. Definisi Analisis Faktor.....	39
2. Tujuan dan Fungsi Analisis Faktor	40
3. Asumsi Analisis Faktor	40
4. Model Analisis Faktor	41
5. Tahap Analisis Faktor.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	44
1. Lokasi Penelitian	44
2. Sejarah Singkat Kawasan Wisata Air Panas Cibolang.....	45
3. Produk dan Fasilitas yang Ditawarkan	45
B. Profil Wisatawan Kawasan Wisata Air Panas Cibolang.....	53

1. Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
2. Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Usia.....	54
3. Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pendidikan	55
4. Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pekerjaan	56
5. Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pendapatan Perbulan	57
6. Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Asal Daerah	58
7. Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Motivasi Berkunjung.....	59
C. Analisis Faktor.....	60
1. Pengujian Variabel	61
2. Penyaringan Variabel	62
3. Analisis <i>Communalities</i>	64
4. Analisis <i>Total Variance</i>	65
5. <i>Scree Plot</i>	66
6. <i>Component Matrix</i>	67
7. <i>Rotated Component Matrix</i>	67
8. <i>Component Transformation Matrix</i>	69
D. Pembahasan	70
1. Pemberian Nama Faktor	70
a. Faktor 2K (Keunggulan Destinasi dan Kesadaran Akan Manfaat. 70	
b. Faktor 1G (Gambaran Perjalanan).....	73
2. Faktor Dominan	74
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	78
A. Kesimpulan.....	78
B. Rekomendasi.....	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN-LAMPIRAN	83
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang : Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanifah, Sani Dwi. (2015). *Penilaian Manfaat Ekonomi Air Panas dan Daya Dukung Fisik di Sari Ater Hotel and Resort*. (Skripsi). Bandung : Universitas Pendidikan Indonesia.
- Inskeep, Edward. (1991). *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Approach*. Van Nostrand Reinhold. New York, Inc.
- Ismayanti. (2010). *PengantarPariwisata*. Jakarta : PT. GramediaWidisarana.
- Jackson, S.E., Schuler, R.S. & Rivero, J.C. (1989), Organisational characteristics as predictors of personnel practices. *Personnel Psychology*, 42(4), 727-786.
- Kotler, Philip. (2003). *Dasar-dasar Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta : PT. Indeks Gramedia.
- Kotler, P. dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Indeks Gramedia.
- Ma'ruf, Hendri. 2005. *Pemasaran Ritel*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Pendit, Nyoman S. (2000). *Ilmu Pariwisata*. Jakarta : PT. Pradnya Paramita.
- Peraturan Menteri Tahun 2015 Tentang Standar Usaha Wisata Air Panas Alami.
- Pitana, I Gede dan Gayatri. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta : CV. Andi. Offset.
- Rangkuti, Freddy. (2005). *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Richardson, John and Martin Flucker. (2004). *Understanding and Managing Tourism*. Australia : Pearson Education
- Risya, Yola Putri. (2014). *Pengembangan Daya Tarik Kawasan Wisata Bunga Cihideung, Kecamatan Parongpong, Kabupaten Bandung Barat*. (Skripsi). Bandung : Universitas Pendidikan Indonesia.
- Santoso, Singgih. (2006). *Seri Solusi Bisnis Berbasis TI: Menggunakan SPSS untuk Statistik Multivariat*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Schiffman, Leon G. dan Leslie L. Kanuk. (2008). *Consumer Behaviour*. Seventh Edition, Prentice-Hall Inc. New Jersey.
- Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor - Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta :Rineka Cipta
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Administrasi : Dilengkapi Metode R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata
- Wibisono, Darmawan. (2003). *Riset Bisnis Panduan Bagi Praktisi dan Akademisi*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

Wijaya, Tony. (2010). *Analisis Multivariat : Teknik Olah Data Untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi Menggunakan SPSS*. Yogyakarta : Universitas Atma Jaya.

Yoeti, Oka A. (1987). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.